

УДК 159.9

Литвиненко Н. – гр. БП-21

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ВПЛИВ МЕМІВ НА РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО МИСЛЕННЯ

Науковий керівник: к.і.н., доцент Щигельська Г.О.

.Lytvynenko N.

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

MEMES INFLUENCE ON THE DEVELOPMENT OF HUMAN THINKING

Supervisor: PhD, Associate Professor Shchyhelska H.O.

Ключові слова: Інтернет-меми; мислення.

Keywords: Internet-meme, thinking.

У середині першого десятиліття XXI століття почало використовуватися явище спонтанного розповсюдження певної інформації мережею Інтернет усіма можливими способами. Саме така інформація обов'язково залишала багатьох користувачів небайдужими до неї. Це явище отримало назву мему – одиниці культурної інформації, що поширюються від однієї людини до іншої. Це поняття зафіксував англійський популяризатор науки Річард Докінз ще у 1976-му році, коли людство ще не знало ні Facebook, ні Instagram. Докінз ввів термін «мем» як аналогію до «гена» – це така сама одиниця, що подібно до гена містить інформацію для копіювання та передачі між людьми. Ці повсякденні і вже звичні для нас елементи життя стали настільки поширеними та часто вживаними, що 22 жовтня 2018 року в Нью-Йорку відбудеться перша олімпіада, присвячена інтернет-мемам.

Меми у всесвітній мережі для людської свідомості стали елементами, з якими легше зрозуміти картину світу. Ми сприймаємо меми як смішні картинки з дотепними, влучними написами, цитатами чи гаслами, які вірусно поширюються в Інтернеті та є чимось на кшталт усучасненої версії народної творчості. Те, що вчені колись називали афоризмами та крилатими висловами сьогодні можна назвати мемами. Але не варто сприймати їх як засіб передання якоїсь важливої інформації, це лише спосіб відійти від рутини та розважитися. Саме завдяки такому становищу вони активно впливають на людське мислення. Меми складаються переважно із малої кількості слів, які легко запам'ятовуються і тому люди навіть на підсвідомому рівні вживають їх у своїх розмовах. Ми бачимо, як люди часто виступають несвідомими ретрансляторами мемів – діляться новинами, жартами, мелодіями, які не мають практичного значення для більшості реципієнтів. Особливо вірусне поширення мемів спостерігаємо в мережі Інтернет. Існує ціла галузь вірусної реклами, мета якої - штучне створення вірусних мемів, які б сподобалися людині і заставили її пересилати рекламне повідомлення друзям. Головним завданням, яке стоїть перед мемом як медіавірусом, є залучення стороннього індивіда в обговорення і передачу мема.

Таким чином, меми стали не тільки популярними джерелами інформації у XXI столітті, а й почали займати вагоме місце у нашій свідомості. Ця одиниця культурної інформації поширилася майже у всьому світі й продовжує вражати своєю легкістю людське мислення та спонтанно розповсюджуватися від однієї людини до іншої.